

第1回「山形県家計消費動向調査」結果

(平成18年9月調査)

【調査の要旨】

- ◆ 消費指数(指数レンジ 200～ 200)は 63.3 となっており、家計の消費マインドは低迷している。「暮らし向き指数」が「景気判断指数」よりも悪く、景気は良くとも我が家の暮らしは良くなっていないと見る世帯が多いようである。
- ◆ 今後の見通しについては消費指数が 4.8 ポイント改善するものの、指数そのものは 58.5 となっていることから、依然として消費マインドは低調に推移すると予想される。
- ◆ 最近1ヵ月におけるの全世帯の平均収入額は 476,260 円であった。平均支出額は 329,837 円であり、平均消費性向は 69.3%となっている。
- ◆ 具体的な商品やサービスに対する支出意欲は、全般的に支出を控えている世帯が目立ったものの、ファッション衣料・靴、金融商品(株式や債券)、娯楽・レジャー、習い事に関しては、今後支出を意欲的に行いたいとする世帯の割合も多かった。

平成18年10月

株式会社荘銀総合研究所

目 次

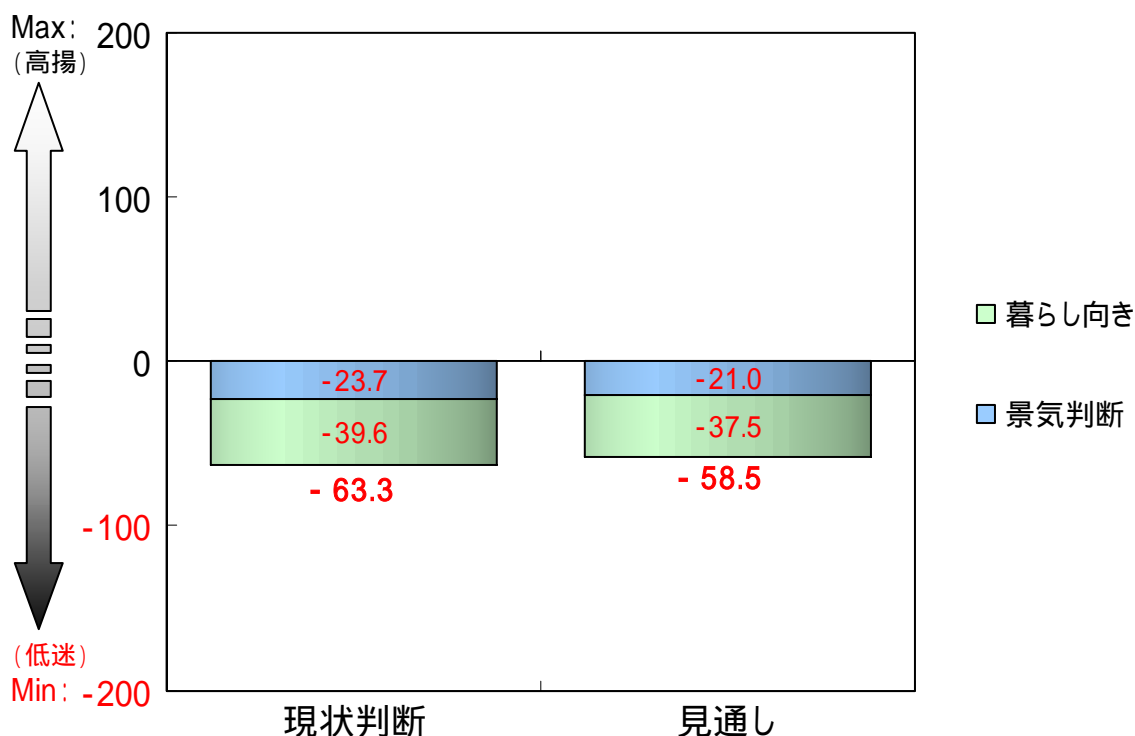
・ 今月の消費指数	1
・ 今月の家計簿	2
・ 調査結果	3
1 . 景気判断と見通し	3
県内景気	3
雇用環境	3
日用品価格（物価）	4
2 . 暮らし向き判断と見通し	5
世帯（勤労）収入	5
資産価値	5
お金の使い方	6
暮らし向き	6
3 . 日常の買い物に関する判断と見通し	7
嗜好品（お酒、たばこなど）	7
ファッション衣料・靴など	7
家電・AV製品、家具など	8
金融商品（株式、債券など）	8
娯楽・レジャー	9
習い事	9
交際費	10
4 . 大きな買い物に関する判断と見通し	11
自家用車	11
住宅の購入・リフォーム	11
5 . 最近1ヵ月の収支状況	12
収支の概況	12
家計のやりくり（収入超世帯）	12
家計のやりくり（支出超世帯）	12
・ 調査の概要	13

・今月の消費指数

消費指数は 63.3 ~ 消費マインドは低迷気味 ~

消費指数の内訳は景気判断指数が 23.7、暮らし向き指数が 39.6 となっており、景気判断指数に比べて暮らし向き指数が 15.9 ポイントも低く、景気認識との間にズレが生じている。景気は良くとも我が家の暮らしは良くなっていないと見る世帯が多いようである。

なお、今後の見通しについては消費指数が 4.8 ポイント改善するものの、指数そのものは 58.5 となっていることから、依然として消費マインドは低調に推移すると予想される。



【指数の見方】

消費指数は 景気判断指数と 暮らし向き指数の合計からなり、値は 200 ~ -200 の範囲をとります。指数がプラスであれば家計の消費マインドは高揚していると判断します。一方、指数がマイナスであれば、消費マインドは低迷していると判断します（詳しくは 調査の概要 6 . 指数の作成方法をご覧ください）。

景気判断指数（指数レンジ 100 ~ -100）:

家計を取り巻く経済環境をどのように認識しているかを表した指数です。「県内景気」、「雇用環境」、「日用品価格（物価）」に関する設問の回答結果から作成されます。

暮らし向き指数（指数レンジ 100 ~ -100）:

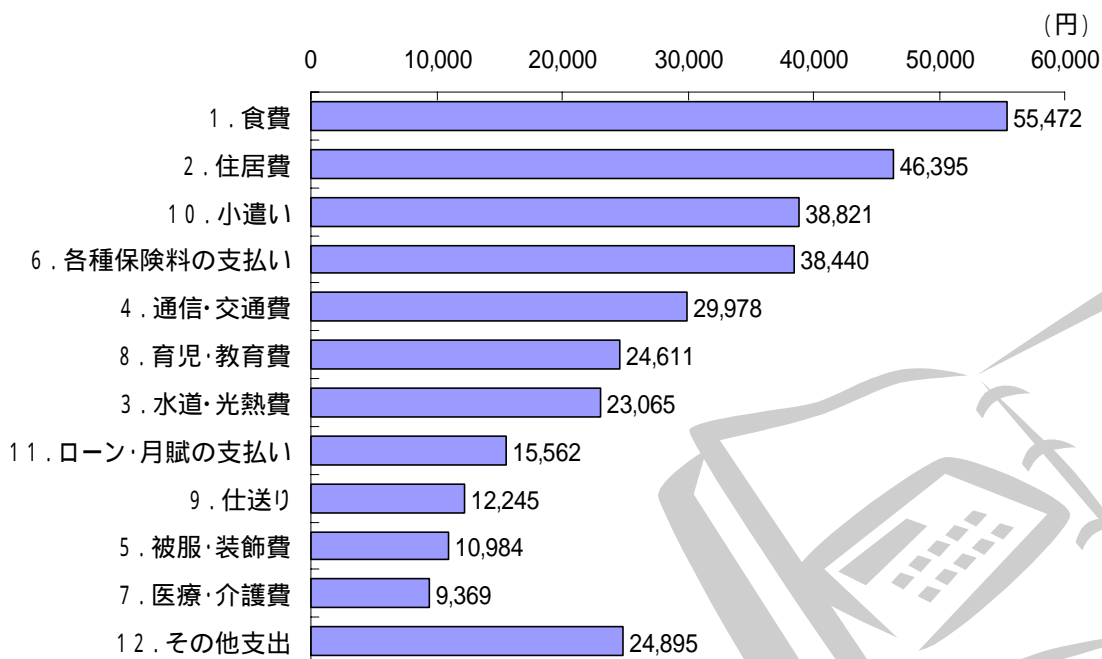
“我が家の暮らし向き”をどのように認識しているかを表した指数です。「世帯収入」、「資産価値」、「お金の使い方」、「暮らし向き」に関する設問の回答結果から作成されます。

・今月の家計簿

最近1ヵ月におけるの全世帯の平均収入額は476,260円であった。平均支出額は329,837円であり、平均消費性向は69.3%となっている。なお、支出項目の中で最も多いのは食費(55,472円)であり、次いで住居費(46,395円)、小遣い(38,821円)の順となっている。

収入項目	金額(円)	支出項目	金額(円)
1. 定期収入	266,332	1. 食費	55,472
2. 臨時収入	52,389	2. 住居費	46,395
・世帯主の収入	318,721	3. 水道・光熱費	23,065
1. 他の人員の定期収入	118,829	4. 通信・交通費	29,978
2. 他の人員の臨時収入	18,258	5. 被服・装飾費	10,984
・他の人員の収入	137,087	6. 各種保険料の支払い	38,440
・その他収入	20,452	7. 医療・介護費	9,369
		8. 育児・教育費	24,611
		9. 仕送り	12,245
		10. 小遣い	38,821
		11. ローン・月賦の支払い	15,562
		12. その他支出	24,895
収入計	476,260	支出計	329,837
平均消費性向(支出計÷収入計×100)			69.3%

収入額はすべて手取額



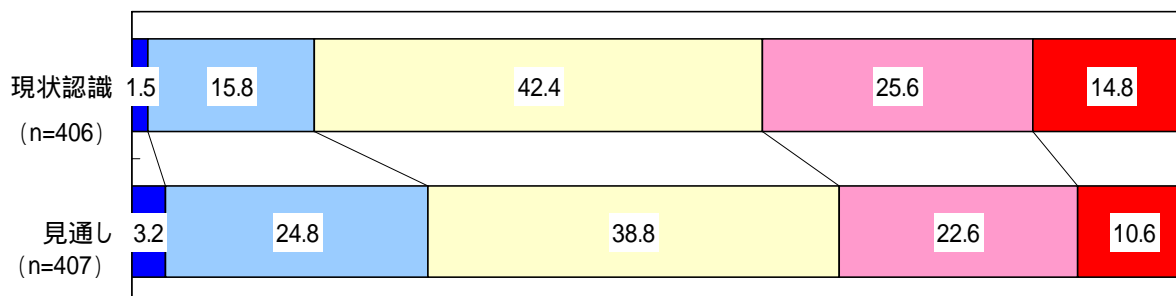
調査結果

1. 景気判断と見通し

県内景気

現状認識はやや控えめな判断が目立つものの、今後の見通しは明るく、「良くなる」(3.2%)と「どちらかと言えば良くなる」(24.8%)を含め、28.0%の世帯が良くなると予想している。

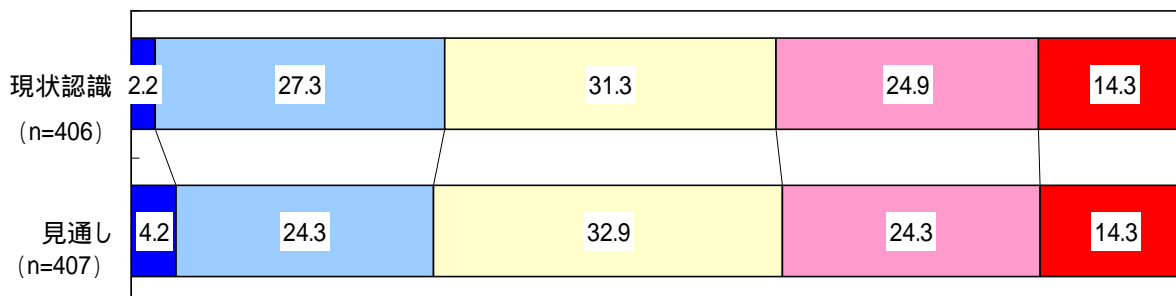
■ 良い(良くなる) □ どちらかと言えば良い(良くなる) □ どちらとも言えない □ どちらかと言えば悪い(悪くなる) ■ 悪い(悪くなる)
(%)



雇用環境

現状認識は「良い」(2.2%)と「どちらかと言えば良い」(27.3%)が29.5%を占めているものの、「悪い」(14.3%)と「どちらかと言えば悪い」(24.9%)がそれを上回っており、雇用環境が改善しているという認識は低い。また、先行きの見通しに対する期待感も現状認識とくらべてやや低くなっている。

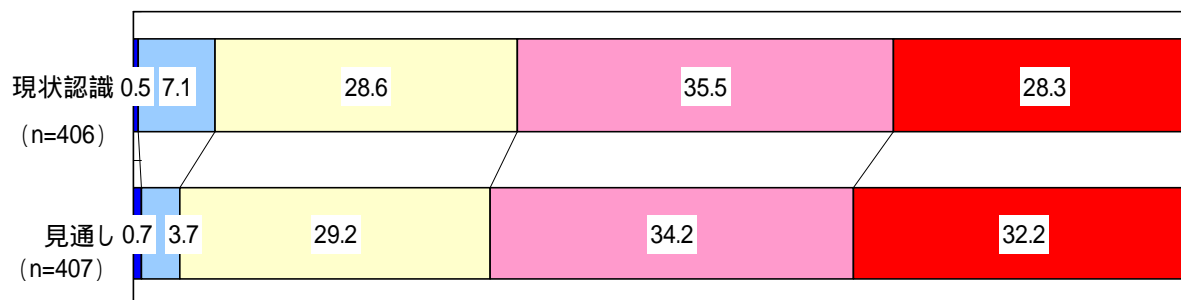
■ 良い(良くなる) □ どちらかと言えば良い(良くなる) □ どちらとも言えない □ どちらかと言えば悪い(悪くなる) ■ 悪い(悪くなる)
(%)



日用品価格（物価）

現状認識は「上がった」（28.3%）と「どちらかと言えば上がった」（35.5%）が63.8%を占めており、日用品価格が上がっていると感じている世帯が過半数を占めた。石油価格の高騰の影響などが出ていると思われる。また、今後の見通しについても、物価は上がるという見方が現状認識を上回っている。

■ 下がった(下がる) □ どちらかと言えば下がった(下がる) □ どちらとも言えない □ どちらかと言えば上がった(上がる) ■ 上がった(上がる)
(%)

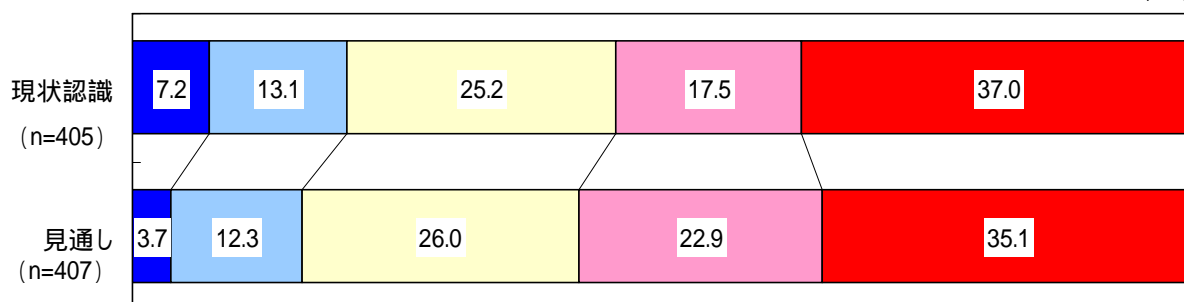


2.暮らし向き判断と見通し

世帯（勤労）収入

現状認識は「減った」(37.0%)と「どちらかと言えば減った」(17.5%)が54.5%を占めており、世帯収入が減ったと感じている世帯が過半数を占めた。また、今後の見通しについても悲観的な予想が趨勢を占めており、世帯収入が「減る」と見る世帯が現状認識を上回っている。

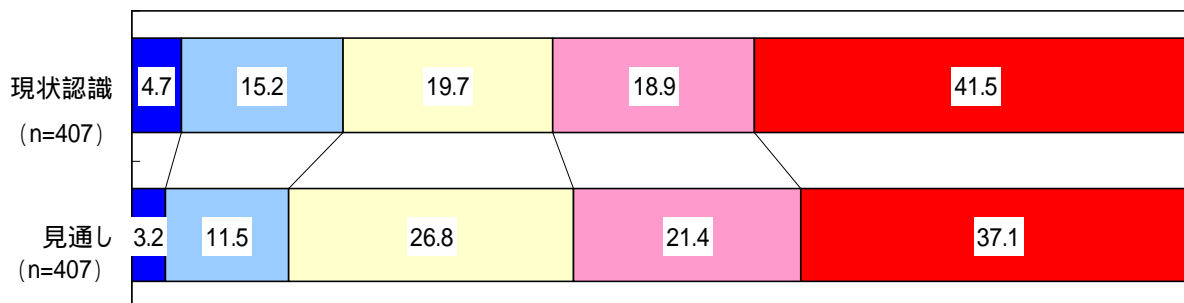
■ 増えた(増える) □ どちらかと言えば増えた(増える) □ どちらとも言えない □ どちらかと言えば減った(減る) ■ 減った(減る)
(%)



資産価値

現状認識は「減った」(41.5%)と「どちらかと言えば減った」(18.9%)が60.4%を占めており、資産価値は減ったと感じている世帯が過半数を占めた。ただ、今後の見通しについては悲観的な予想が趨勢を占めているものの、「どちらとも言えない」も多くみられるなど、やや判断に窮している様子が見られる。

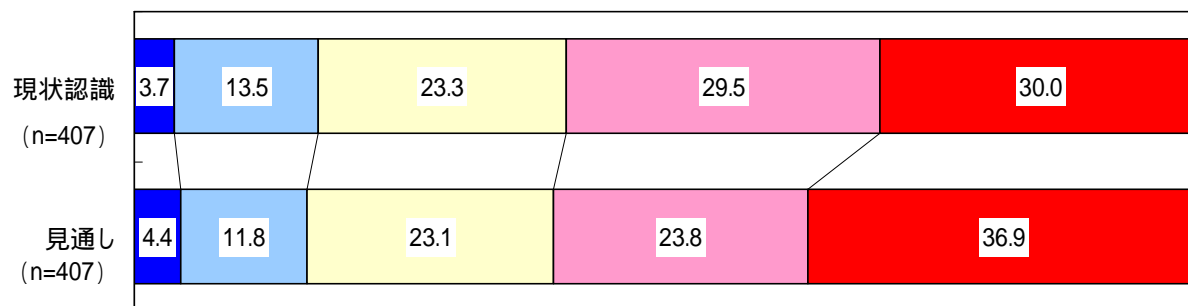
■ 増えた(増える) □ どちらかと言えば増えた(増える) □ どちらとも言えない □ どちらかと言えば減った(減る) ■ 減った(減る)
(%)



お金の使い方

現状認識は「控えている」(30.0%)と「どちらかと言えば控えている」(29.5%)が59.5%を占めており、お金を使うことを控えているという世帯が過半数を占めた。また、今後の見通しについても「控える」とする世帯が多く、現状認識を上回っている。

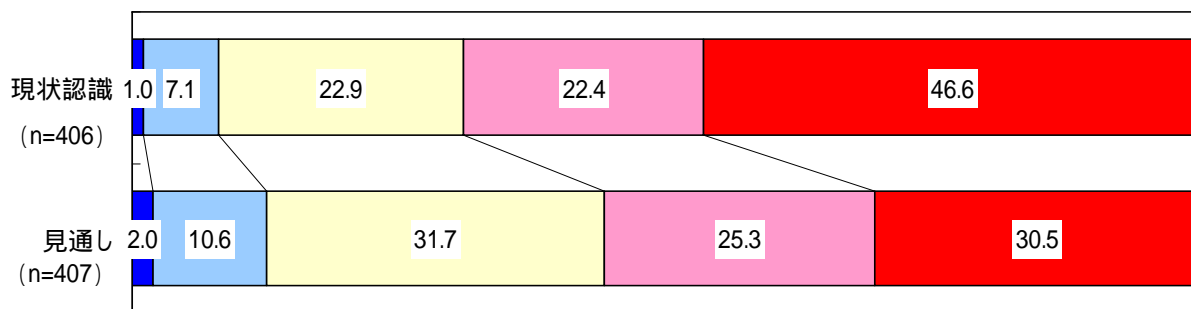
■ 積極的 □ どちらかと言えば積極的 □ どちらとも言えない □ どちらかと言えば控えている(控える) ■ 控えている(控える)
(%)



暮らし向き

現状認識は「厳しい」(46.6%)と「どちらかと言えば厳しい」(22.4%)が69.0%を占めており、暮らし向きが厳しいと感じている世帯が過半数を占めている。ただ、今後の見通しについては、厳しいと見込んでいる世帯は多いものの、いくぶん明るさを取り戻す見込み。

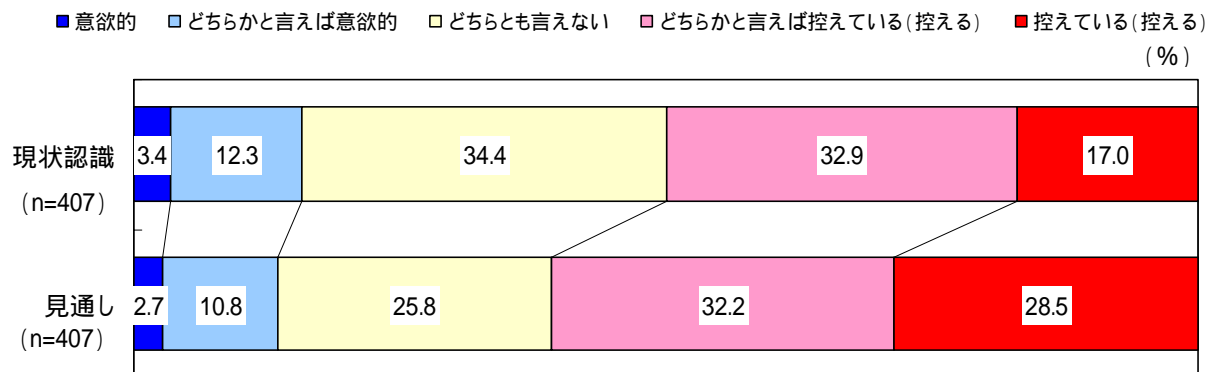
■ ゆとりがある(できる) □ どちらかと言えばゆとりがある(できる) □ どちらとも言えない □ どちらかと言えば厳しい(厳しくなる) ■ 厳しい(厳しくなる)
(%)



3. 日常の買い物に関する判断と見通し

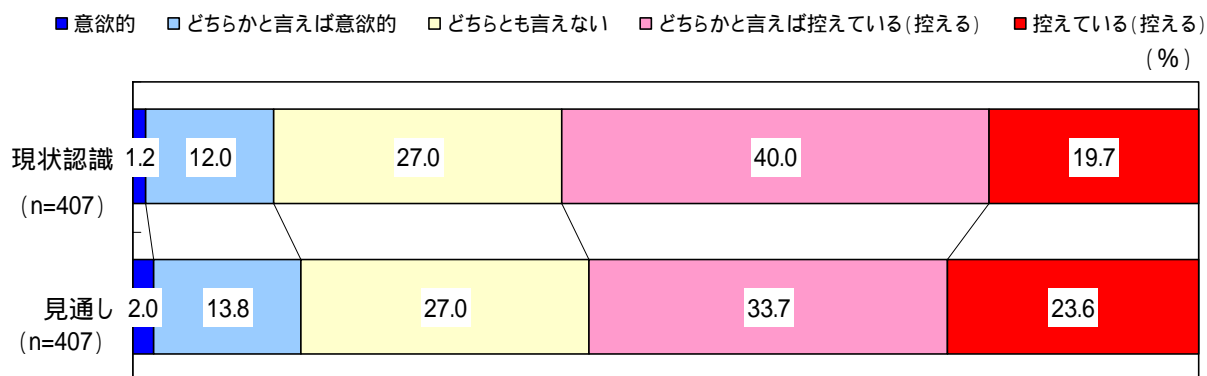
嗜好品（お酒、たばこなど）

現状認識は「控えている」(17.0%)と「どちらかと言えば控えている」(32.9%)が49.9%を占めており、嗜好品の購入を控える動きがみられる。また、今後の見通しについても購入を控える動きが目立つなど、節制に努める世帯が多い。



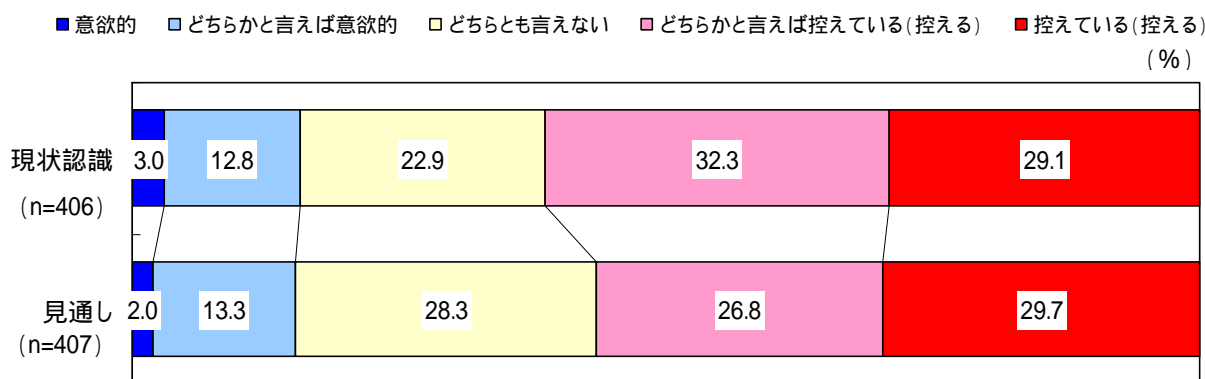
ファッション衣料・靴など

現状認識は「控えている」(19.7%)と「どちらかと言えば控えている」(40.0%)が59.7%を占めており、ファッション衣料・靴などの購入を控えている世帯が過半数を占めた。また、今後の見通しについては、いくぶん意欲的に購入するという世帯も目立つが、依然として購入を控えるという世帯が過半数を占めている。



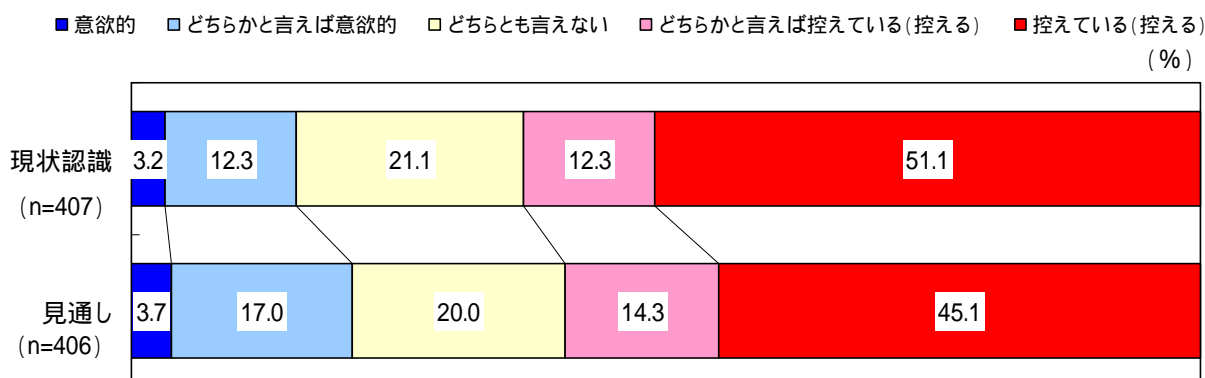
家電・AV製品、家具など

現状認識は「控えている」(29.1%)と「どちらかと言えば控えている」(32.3%)が61.4%を占めており、家電・AV製品、家具などの購入を控えている世帯が過半数を占めている。また、今後の見通しについても購入を控えるという世帯が過半数を占めたほか、意欲的に購入したいとする世帯の割合もやや減っている。



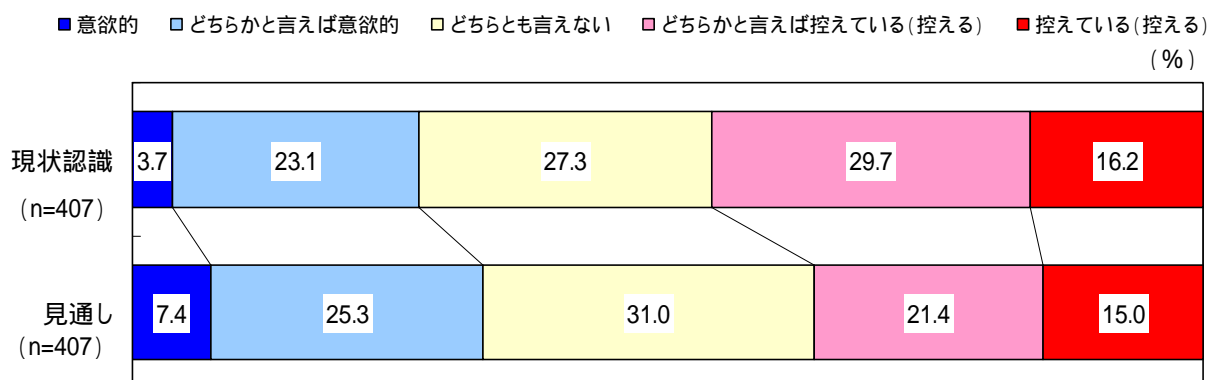
金融商品(株式、債券など)

現状認識は「控えている」(51.1%)と「どちらかと言えば控えている」(12.3%)が63.4%を占めており、金融商品の購入を控えるという世帯が過半数を占めた。ただ、今後の見通しについては、購入を控えるという世帯は多いが、意欲的に購入したいとする世帯も増えている。



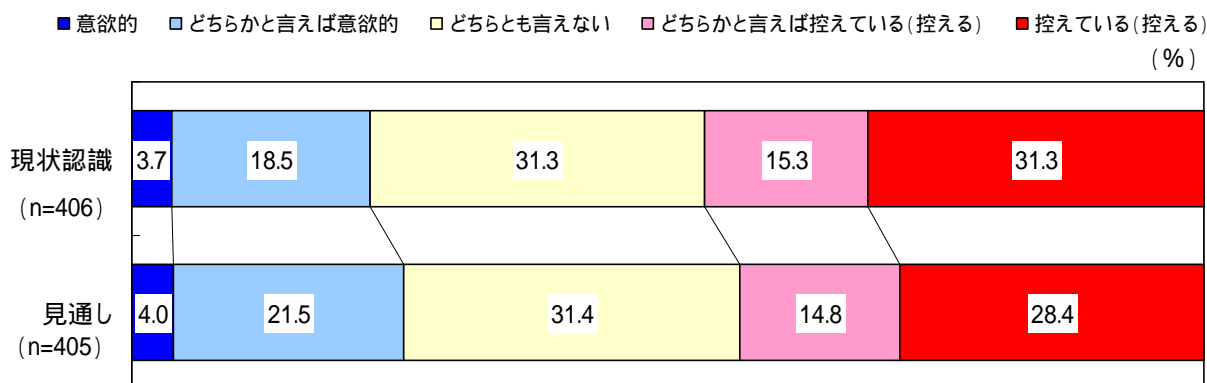
娯楽・レジャー

現状認識は「控えている」(16.2%)と「どちらかと言えば控えている」(29.7%)が45.9%を占めており、娯楽・レジャー関連支出を控えている世帯が多い。ただ、今後の見通しについては、本格的な行楽シーズンもやってくることから、意欲的な支出を見込んでいる世帯が増えている。



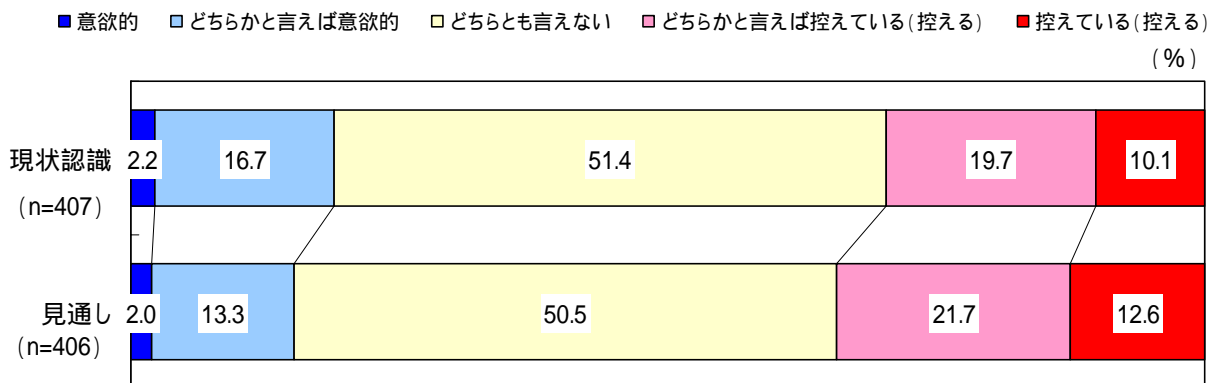
習い事

現状認識は「控えている」(31.3%)と「どちらかと言えば控えている」(15.3%)が46.6%を占めており、習い事への支出を控えている世帯が多い。ただ、今後の見通しについては、意欲的に支出したいとする世帯も増えている。



交際費

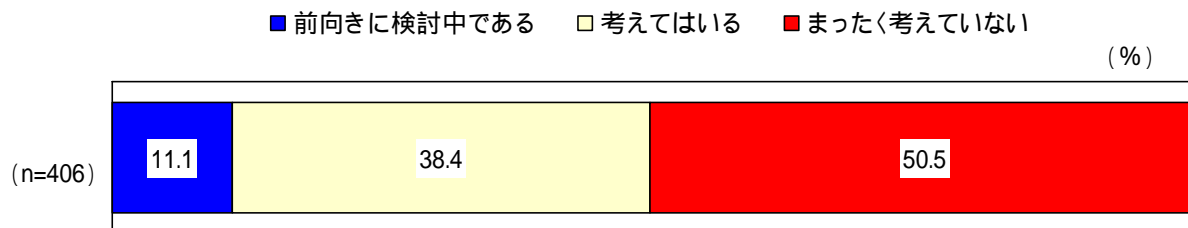
現状認識は「控えている」(10.1%)と「どちらかと言えば控えている」(19.7%)が29.8%を占めており、交際費を節約している世帯が多い。今後の見通しについても、交際費の支出を控えるという世帯が多く、現状認識を上回った。



4. 大きな買い物に関する判断と見通し

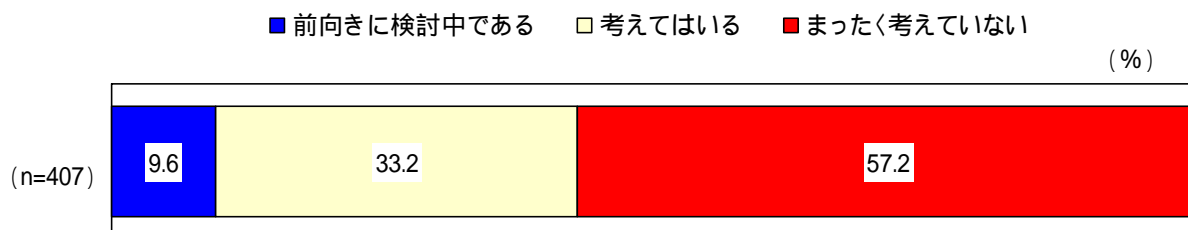
自家用車

自家用車の購入については「まったく考えていない」とする世帯が50.5%を占めており、過半数を上回った。



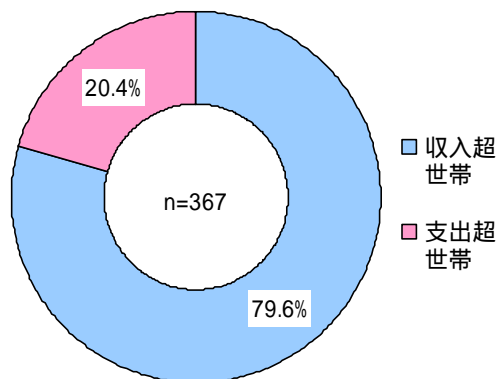
住宅の購入・リフォーム

住宅の購入・リフォームについては「まったく考えていない」とする世帯が57.2%を占めており、過半数を上回った。

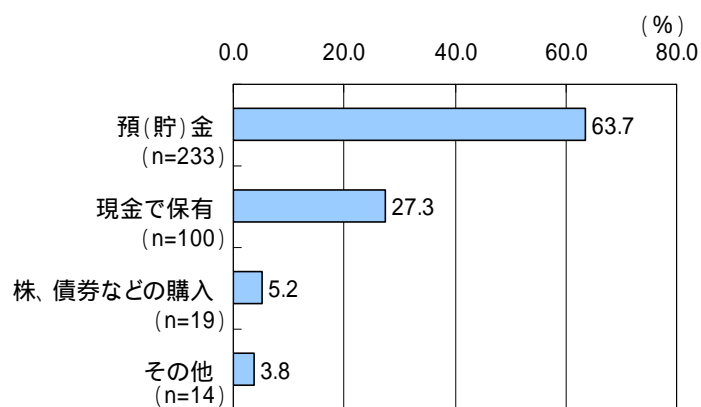


5. 最近1ヵ月の収支状況

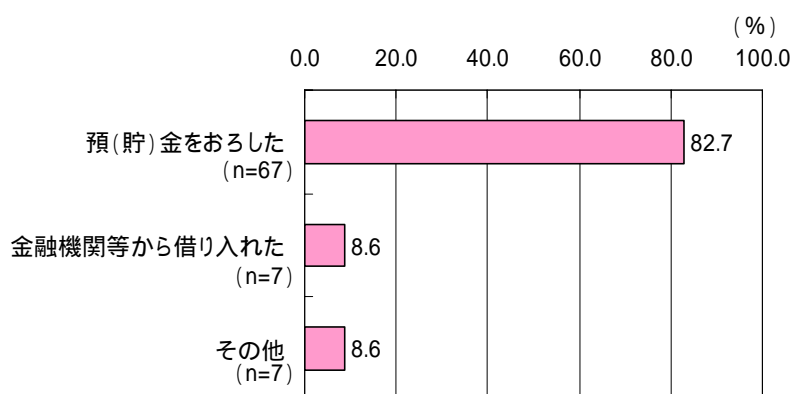
収支の概況



家計のやりくり（収入超世帯）



家計のやりくり（支出超世帯）



．調査の概要

1．調査の目的

県民の暮らし向きや今後の見通しについて時系列的に捉えるとともに、具体的な商品やサービスに対する支出動向を把握することにより、景気判断等の基礎資料を得ることを目的とする。

2．調査の方法

- ・ 郵送調査専用モニターを利用したアンケート調査
- ・ モニター世帯数：420 世帯 今回の有効回答世帯数：407 世帯

3．調査の対象者

- ・ 県内に在住する勤労者（サラリーマン）世帯（世帯人数2人以上の世帯）

4．調査期間

- ・ 2006年9月1日～15日

5．調査項目

（1）判断項目

景気判断（五肢択一）：

「県内景気」₁、「雇用環境」₁、「日用品価格（物価）」に関する現状認識と見通し。

暮らし向き（五肢択一）：

「世帯収入」₁、「資産価値」₁、「お金の使い方」₁、「暮らし向き」に関する現状認識と見通し。

日常の買い物や支出動向（五肢択一）：

「嗜好品（お酒、たばこなど）」₁、「ファッション衣料・靴など」₁、「家電・AV製品、家具など」₁、「金融商品（株式、債券など）」₁、「娯楽・レジャー」₁、「習い事」₁、「交際費」の支出に関する現状認識と見通し。

大きな買い物や支出動向（三肢択一）：

「自家用車」₁、「住宅（リフォーム含む）」の支出に関する現状認識と見通し。

（2）計数項目

最近1ヵ月の収支状況

6. 指数の作成方法

- (1) 「県内景気」、「雇用環境」、「日用品価格(物価)」、「世帯収入」、「資産価値」、「お金の使い方」、「暮らし向き」の7項目について、回答者の回答結果にポイントを与える。
- (2) ポイントの与え方は、例えば「県内景気」については、「良い」(1.0)、「どちらかと言えば良い」(0.5)、「どちらとも言えない」(0.0)、「どちらかと言えば悪い」(0.5)、「悪い」(1.0)とする。
- (3) 「県内景気」、「雇用環境」、「日用品価格(物価)」は家計を取り巻くマクロ経済環境に関する世帯の認識を把握するための設問であるため、回答者ごとにこれらのポイントを合計した後、「景気判断指数」としてまとめる。
- (4) 「世帯収入の増え方」、「資産価値の増え方」、「お金の使い方」、「暮らしのゆとり」は“我が家の暮らし向き”に関する世帯の認識を把握するための設問であるため、回答者ごとにこれらのポイントを合計した後、「暮らし向き指数」としてまとめる。
- (5) 「景気判断指数」と「暮らし向き指数」に対して質問項目数とサンプル数をウェイトとする係数を乗じ、両指数を標準化した上で足し合わせ、「消費指数」とする。

以上

<お問い合わせ先>

株式会社荘銀総合研究所

研究開発グループ 熊本/齋藤(信)

〒990-0043 山形県山形市本町1-4-21 荘銀山形ビル8F

TEL: 023-626-9017

FAX: 023-626-9038

E-mail: fsn@sfsi.co.jp

URL: <http://www.sfsi.co.jp/>